

<<市场营销学>>

图书基本信息

书名：<<市场营销学>>

13位ISBN编号：9787542911339

10位ISBN编号：7542911333

出版时间：2004-6

出版时间：立信会计出版社

作者：朱成钢

页数：326

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<市场营销学>>

内容概要

《立信财经丛书：市场营销学（第5版）》尊重了市场营销学的基本原则，从读者的需求出发，尽可能用最简洁的方法阐述市场营销学的基本原理，并根据市场营销不断创新发展的情况，进行及时更新。

全书共三部分、十二章。

第一部分介绍了市场营销基础及营销战略，包括市场营销绪论（第一章）、市场营销环境（第二章）、市场营销调查（第三章）、企业战略与营销组合（第四章）；第二部分主要介绍了市场营销策略组合，包括产品策略（第五章）、价格策略（第六章）、渠道策略（第七章）、促销策略（第八章）、营销策划与营销决策（第九章）；第三部分介绍了市场营销学新理念，包括信息化背景下的营销新理念（第十章）、全球化背景下的营销新理念（第十一章）、社会责任与市场营销的新理念（第十二章）。

<<市场营销学>>

书籍目录

第一章 市场营销绪论 第一节 市场 第二节 市场营销 第三节 市场营销管理 第四节 市场营销的宗旨 复习与思考第二章 市场营销环境 第一节 市场营销的宏观环境 第二节 消费品市场购买行为分析 第三节 组织市场购买行为分析 复习与思考第三章 市场营销调研 第一节 市场营销调查 第二节 市场需求量的测定 复习与思考第四章 市场营销战略 第一节 市场细分化战略 第二节 市场竞争战略 第三节 市场发展战略 第四节 营销提供物的差异化战略 复习与思考第五章 商品策略 第一节 商品的整体概念 第二节 商品生命周期分析 第三节 商品组合策略 第四节 新产品开发策略 第五节 品牌与包装策略 复习与思考第六章 价格策略 第一节 价格形成的市场原理 第二节 订价准备 第三节 经济学的订价方法 第四节 管理学的订价方法 第五节 心理学的订价方法 复习与思考第七章 分销渠道策略第八章 促进销售策略第九章 企业形象识别策略第十章 营销策划与营销决策第十一章 绿色营销策略第十二章 服务营销第十三章 特许经营第十四章 网络营销附录 市场营销思想的新领域

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>